

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kebijakan pemerintah dibuat agar memudahkan investor untuk membangun sebuah bisnis di Indonesia, hal ini dilakukan guna dapat membangun ekonomi masyarakat serta menumbuhkan lapangan kerja di tengah pandemi (Kemenperin, 2020). Dengan adanya kebijakan ini, diharapkan mampu untuk mendorong peningkatan produktivitas pada seluruh sektor industri, termasuk industri manufaktur.

Dengan adanya peningkatan pada industri manufaktur tentu saja meningkatkan permintaan akan jasa *maintenance* mesin. Hal ini dikarenakan biaya *maintenance* yang lebih efisien apabila *maintenance* dilakukan oleh pihak ketiga dibandingkan harus melakukan *maintenance* kepada pihak resmi yang rata-rata memiliki *base* di luar negeri, mengingat biaya *shipping* akan tinggi dikarenakan volume dan bobot mesin yang besar dan juga efisiensi waktu untuk mengejar produktivitas.

Teknologi telah menjadi kunci bagi industri manufaktur untuk terus maju. Dalam 25 tahun terakhir, sebagian besar produsen telah menerapkan teknologi baru dalam berbagai bentuk, dengan tujuan meningkatkan *output* dan meningkatkan pendapatan (knic, 2019). Saat ini, banyak industri manufaktur sedang berusaha untuk meningkatkan hasil produksi dengan melakukan implementasi *internet of things* (IoT). *internet of things*, atau dikenal juga dengan IoT, merupakan sebuah konsep yang bertujuan untuk memperluas manfaat dari konektivitas internet yang tersambung secara terus-menerus. IoT memiliki kemampuan seperti berbagi data, melakukan kontrol pekerjaan jarak jauh, dan lain sebagainya yang mampu memudahkan perusahaan untuk beroperasi dan meningkatkan hasil produksi (knic, 2019). Penerapan *internet of things* atau IoT adalah salah satu pemanfaatan yang modern dari adanya teknologi internet.

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di dunia yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi modern. Internet menjadi salah satu contoh perkembangan teknologi yang dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia. Pasalnya disebutkan oleh *WeAreSocial* (2020), Indonesia memiliki 175,4 Juta Pengguna Internet yang aktif di Indonesia, dimana jumlah itu sudah melebihi 50% populasi di Indonesia. Lebih tepatnya 64% dari jumlah populasi 272,1 Juta jiwa.



Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2020

(Sumber : *WeAreSocial*)

Pada era seperti ini didukung dengan perkembangan teknologi dan internet, perusahaan dapat memanfaatkannya dalam strategi perusahaan sehingga mampu memperluas pasar bahkan bukan hal yang mustahil untuk memasarkan produk dan jasanya hingga ke luar negeri. Perusahaan akan dapat dengan mudah dan cepat dalam hal menyampaikan dan menerima informasi, memasarkan produk atau jasa, dan dalam proses transaksi, yang berefek pada meningkatnya eksistensi sebuah perusahaan.

Dalam hal ini, perusahaan bisa memanfaatkan *website* untuk meraih pasar yang lebih luas serta memperkenalkan produk atau jasa yang diberikan. Menurut Krisnayani. P, Resika. A, dan Mahendra. D (2016) *website* adalah sebutan bagi sekelompok halaman *web* (*webpage*) yang umumnya merupakan bagian dari suatu

nama *domain* atau *subdomain* di WWW di internet. *Website* terdiri dari sekumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, animasi, audio ataupun gabungan dari semuanya (Krisnayani *et al.*, 2016). Dengan tampilannya yang menarik, *website* dapat dimanfaatkan sebagai media untuk memperkenalkan sebuah perusahaan serta sebagai sarana untuk memperkenalkan produk maupun jasa yang ditawarkan kepada calon *customer* dan masyarakat luas.



Gambar 1.2 Situs Web Paling Banyak Dikunjungi di Indonesia

(Sumber : *WeAreSocial*)

Berdasarkan gambar 1.2, dapat diketahui *website-website* yang paling banyak diakses di Indonesia. Salah satunya adalah *website google.com*, google adalah *website* penyedia layanan pencarian, komputasi *web*, perangkat lunak dan periklanan daring. Menurut *marketing craft* (2020) salah satu layanan google yang dapat berguna untuk dapat membantu aktivitas pemasaran salahsatunya adalah *GoogleAds*. *GoogleAds* adalah program periklanan yang memungkinkan pengiklan untuk memunculkan informasi dan tautan ke situs pengiklan pada laman hasil pencarian di google. Dengan layanan *GoogleAds*, pengguna dapat memanfaatkannya untuk mengiklankan *website* dari sebuah perusahaan.

Saat ini PT. Delta Anugerah Sejahtera melayani jasa *maintenance* mesin dengan sub-bidang *machining*, *metal spray*, *hardchrome*, *welding*, dan

construction. Akan tetapi ada beberapa hal yang sering menjadi permintaan dari *customer* dan sudah menjadi keahlian bagi PT. Delta Anugerah Sejahtera untuk memenuhi permintaan tersebut. Diantaranya yakni, *shaft recondition*, *industrial hard chrome*, *special welding*, dan *hard facing*. Saat ini PT. Delta Anugerah Sejahtera sudah memiliki fasilitas penunjang untuk menjalankan aktivitas industrinya seperti *wire flame spray*, *wire arc spray & powder flame spray equipment*, mesin bubut dengan kapasitas Ø 1000 x 5000mm, *Surface & Cylindrical Grinding* dengan kapasitas Ø 400 x 2500mm, dan *Welding Equipment*.

Melihat semakin berkembangnya teknologi modern di Indonesia, dalam rangka memperkenalkan perusahaan ke pasar yang lebih luas dan calon *customer* PT. Delta Anugerah Sejahtera yang menawarkan jasa *maintenance* mesin, *repairing*, *machining* dan *part fabrication* turut mengembangkan perusahaan dan membawa perusahaan ke dunia digital sesuai dengan keinginan perusahaan untuk terus berkembang dan bersaing, salah satunya dalam fitur dan teknologi.

Didasari oleh kebijakan pemerintah yang memudahkan investor untuk membangun perusahaan di Indonesia serta adanya perkembangan teknologi PT. Delta Anugerah Sejahtera menyadari bahwa persaingan di dunia penyedia jasa *maintenance* mesin akan meningkat. PT. Delta Anugerah Sejahtera berencana untuk membangun *website* untuk diterapkan dalam strategi *marketing* perusahaan guna meraih pasar yang lebih luas, serta memperkenalkan perusahaan kepada dunia industri dengan lebih efisien.

Website dapat dimanfaatkan sebagai suatu sarana untuk melakukan *digital marketing*. *Digital marketing* adalah bentuk pemasaran langsung yang menghubungkan konsumen dengan penjual secara elektronik menggunakan teknologi interaktif seperti email, situs web, forum online dan grup berita, televisi interaktif, komunikasi seluler, dan sebagainya (Kotler & Armstrong, 2009). Juga sebagai salah satu cara perusahaan untuk memperkenalkan diri ke masyarakat luas melalui internet.

Marketing atau pemasaran adalah suatu divisi yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam memasarkan dan memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada masyarakat luas. Didukung dengan

komunikasi pemasaran atau *marketing communication* sebagai aplikasi komunikasi yang bertujuan membantu proses pemasaran perusahaan. Tingkat efektifitas dari aplikasi tersebut dipengaruhi oleh pilihan sarana atau media penyampaian yang digunakan, daya tarik pesan, dan frekuensi penyajian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka penulis tertarik untuk menuliskan laporan magang berdasarkan dengan apa yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang. Untuk itu laporan praktik kerja magang ini berjudul “Perancangan *website* perusahaan sebagai implementasi *digital marketing* untuk meningkatkan efektivitas dalam membangun *brand awareness* pada PT. Delta Anugerah Sejahtera”.

1.2 Pokok Permasalahan

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di PT. Delta Anugerah Sejahtera terdapat beberapa hal yang penulis rasa dapat ditingkatkan oleh perusahaan. Seperti kurangnya pemanfaatan teknologi digital, yang penulis maksud dari pemanfaatan teknologi digital contohnya adalah pencatatan atau *log* pengerjaan suatu proyek secara digital. Penulis merasa digitalisasi dalam pencatatan *log* pengerjaan proyek ini penting karena dapat memudahkan dalam menelusuri apabila terjadi suatu kesalahan dalam pengerjaan proyek, dalam proses apa terjadi kesalahan, siapa yang bertanggung jawab pada saat itu, bahan apa yang digunakan, waktu pengerjaan, dan banyak hal lainnya termasuk memudahkan pemberian informasi kepada *customer* secara lebih akurat.

Selain itu pada saat penulis ditugaskan untuk menghubungi salah satu *customer* dari PT. Delta Anugerah Sejahtera, penulis merasa kesulitan karena harus mencarinya di buku catatan yang ada di meja dan membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Apabila data kontak *customer* yang dicari tidak ada, maka penulis harus mencarinya di berkas yang tersimpan dalam lemari di ruangan divisi *marketing* yang berisi data *customer* seperti kontak, lokasi kantor *customer* dan hal lain terkait *customer*. Penulis merasa hal ini dapat lebih efektif apabila PT. Delta Anugerah Sejahtera melakukan penerapan pencatatan secara digital. Karena selain dapat mempermudah dalam hal mencari data *customer*, secara tidak

langsung perusahaan juga ikut berkontribusi dalam menjaga lingkungan karena menerapkan *less paper*.

Sebagai mahasiswa yang sedang melakukan praktik kerja magang di suatu perusahaan, tentu saja penulis harus dapat beradaptasi dengan lingkungan yang baru. Terlebih industri jasa *maintenance* mesin, *part fabrication*, dan *construction* adalah hal yang baru dan asing bagi penulis. Penulis harus sering bertanya kepada pembimbing lapangan mengenai teknis, istilah, nama proses dan hal lainnya. Penulis merasa hal ini dapat mengganggu efektifitas dalam proses bekerja. Hal ini dapat terjadi ketika perusahaan menerima mahasiswa magang untuk dapat praktik kerja magang di perusahaan maupun ketika perusahaan menerima karyawan baru yang juga belum memiliki pengalaman di sektor industri yang digeluti perusahaan.

Sebagai perusahaan yang telah lebih dari 19 tahun terjun di sektor industri jasa *maintenance* mesin, *part fabrication*, dan *construction*, PT. Delta Anugerah Sejahtera termasuk perusahaan yang terlambat dalam menerapkan *digital marketing*. Perusahaan menyadari hal ini dan sedang mempertimbangkan untuk menerapkan salah satu strategi *digital marketing* untuk menunjang efisiensi dalam memperkenalkan perusahaan kepada calon *customer* dan mendapatkan *brand awareness* di dunia industri.

Salah satu strategi *digital marketing* yang sedang dipertimbangkan perusahaan untuk bisa diterapkan adalah dengan membangun *website*. Membangun *website* dipilih karena selama ini perusahaan melakukannya dengan cara konvensional, yakni dengan memberikan brosur perusahaan kepada calon *customer* yang potensial. Apabila calon *customer* tertarik dengan jasa yang ditawarkan oleh PT. Delta Anugerah Sejahtera, maka perusahaan akan mengirimkan perwakilan untuk melakukan presentasi guna memperkenalkan perusahaan kepada calon *customer*.

Dengan masuknya penulis sebagai mahasiswa magang di PT. Delta Anugerah Sejahtera, perusahaan menugaskan penulis untuk membuat rancangan *website* sebagai landasan dan prototipe *website* bagi perusahaan. Selain itu hasil dari

rancangan *website* yang penulis kerjakan juga digunakan sebagai pertimbangan sebelum perusahaan menerapkan strategi *digital marketing* dan membuat *website* resmi perusahaan.

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari praktek kerja magang ini adalah untuk memenuhi kewajiban akademis yang memiliki bobot sebanyak 4 sks dan juga praktek kerja magang ini merupakan salah satu syarat kelulusan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara khususnya ketika memasuki tingkat akhir perkuliahan. Selain itu juga, penulis berharap bisa berkontribusi banyak kepada PT. Delta Anugerah Sejahtera dalam mengerjakan pekerjaan dan tugas-tugas yang diberikan.

Tujuan dari praktek kerja magang ini adalah untuk mengimplementasikan ilmu-ilmu yang diperoleh penulis khususnya ilmu marketing yang didapatkan selama pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu juga, tujuan dari praktek kerja magang ini adalah untuk mengetahui bagaimana situasi dan gambaran dari dunia kerja secara nyata ketika penulis terjun ke industri atau perusahaan-perusahaan yang sebenarnya dan dapat dijadikan bekal untuk penulis untuk siap masuk ke dalam dunia pekerjaan ketika

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.4.1 Waktu Kerja Magang

Periode praktek kerja magang dilakukan selama 60 hari kerja selama bulan Juni sampai September 2020. Penulis memulai praktek kerja magang pada tanggal 15 Juni dan berakhir pada tanggal 11 September 2020.

Data pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Nama perusahaan : PT. Delta Anugerah Sejahtera

Bidang usaha : *Maintenance Mesin, Part Fabrication*, dan

construction

Waktu pelaksanaan : 15 Juni 2020 - 11 September 2020

Waktu kerja : Senin - Jumat, Pukul 08:00 - 17:00

Posisi magang : *Marketing Support*

Alamat perusahaan : Jl. Masjid Jami Al-Barokah No.43,
RT.002/RW.02, Talaga, Kec. Cikupa,
Tangerang, Banten 15710.

1.4.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang dilakukan penulis sampai melakukan praktek kerja magang adalah sebagai berikut :

- Membuat surat lamaran pekerjaan
- Membuat CV dan menyiapkan transkrip nilai sementara
- Membuat surat pengantar kerja magang oleh pihak kampus
- Membuat janji Interview dengan Marketing Manager
- Melakukan Interview dengan Marketing Manager
- Memberikan surat lamaran, CV, transkrip nilai, dan surat pengantar kerja magang kepada perusahaan
- Penjelasan posisi dan pekerjaan yang akan dikerjakan
- Melakukan praktek kerja magang

- Mengisi dan melengkapi formulir yang dibutuhkan yaitu KM-KM yang dibutuhkan seperti kartu kerja magang, formulir absensi, dan formulir realisasi kerja magang
- Penyusunan laporan kerja magang
- Sidang kerja magang

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk laporan yang berjudul **PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA PT. DELTA ANUGERAH SEJAHTERA DALAM RANGKA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PERUSAHAAN** adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang pelaksanaan kerja magang, permasalahan yang diangkat penulis selama melakukan kerja magang, maksud dan tujuan dari kerja magang, waktu kerja magang, prosedur kerja magang, hingga sistematika dalam penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum dari perusahaan yaitu sejarah singkat, struktur organisasi perusahaan, dan landasan teori yang memiliki hubungan dengan praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini menjelaskan tentang pelaksanaan kerja magang mulai dari kedudukan dan posisi penulis di dalam perusahaan, pekerjaan yang dikerjakan, proses kerja magang, kendala yang ditemukan penulis selama kerja magang, dan solusi atas kendala yang ditemukan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan terkait teori yang didapatkan penulis selama kegiatan perkuliahan dengan kenyataan yang ada dalam kerja magang dan juga saran yang disarankan penulis terkait kendala yang ditemukan.